

Desafios e soluções fiscais na contabilidade de YouTubers: análise das implicações regulatórias e práticas recomendadas no Brasil

Este trabalho tem como objetivo de a pesquisa analisar as práticas contábeis e fiscais para youtubers, identificar os desafios encontrados e propor soluções para uma regulamentação mais eficaz. A metodologia adotada consistiu em uma revisão de literatura abrangente, com a análise de artigos e teses publicadas entre 2020 e 2024. Foram utilizados bases de dados como Lilacs, Periódicos Capes e Scielo, focando em estudos que exploram a evolução da profissão de youtuber, a regulação fiscal, os desafios contábeis e as práticas recomendadas. A revisão abrangeu diversos aspectos, incluindo a análise das práticas de streaming como fonte de renda, a responsabilidade civil e as implicações da falta de regulamentação específica. Os resultados da pesquisa revelaram que a falta de regulamentação clara e específica para youtubers e influenciadores digitais cria desafios significativos na gestão contábil e fiscal desses profissionais. A pesquisa destacou a necessidade de uma abordagem mais estruturada e adaptada às particularidades do mercado digital, com propostas para a melhoria das práticas contábeis e a criação de diretrizes regulatórias mais precisas. A regulamentação aprimorada não só facilitaria a conformidade fiscal, mas também contribuiria para a sustentabilidade e transparência no setor.

Palavras-chave: YouTubers; Regulamentação Fiscal; Contabilidade Digital.

Challenges and tax solutions in accounting for YouTubers: analysis of regulatory implications and recommended practices in Brazil

This research aims to analyze accounting and tax practices for YouTubers, identify the challenges encountered and propose solutions for more effective regulation. The methodology adopted consists of a comprehensive literature review, with the analysis of articles and theses published between 2020 and 2024. Databases such as Lilacs, Periodicals Capes and Scielo were used, focusing on studies that explore the evolution of the YouTuber profession, tax regulation, accounting challenges and best practices. The review covers several aspects, including the analysis of streaming practices as a source of income, civil liability and the implications of the lack of specific regulation. The results of the research revealed that the lack of clear and specific regulation for YouTubers and digital influencers creates significant challenges in the accounting and tax management of these professionals. The research highlighted the need for a more structured approach adapted to the particularities of the digital market, with proposals for improving accounting practices and creating more precise regulatory guidelines. Improved regulation would not only facilitate tax compliance but also contribute to sustainability and transparency in the sector.

Keywords: YouTubers; Tax Regulation; Digital Accounting.

Topic: **Contabilidade Geral**

Received: **08/04/2024**

Approved: **16/08/2024**

Reviewed anonymously in the process of blind peer.

Raiely Carvalho de Andrade Cardoso

Universidade Federal de Rondonópolis, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/2969400051674003>

contatoraielyandrade@gmail.com

Maria Isabel Aiko Sonoda 

Universidade Federal de Rondonópolis, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/7220536077194942>

<http://orcid.org/0009-0005-6647-5169>

sonodaisa@gmail.com

Aguinaldo Rocha Gomes 

Universidade Federal de Rondonópolis, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/6802765669050156>

<http://orcid.org/0009-0008-6943-3652>

aguinaldogomes@ufmt.br



DOI: 10.6008/CBPC2179-684X.2024.002.0008

Referencing this:

CARDOSO, R. C. A.; SONODA, M. I. A.; GOMES, A. R.. Desafios e soluções fiscais na contabilidade de YouTubers: análise das implicações regulatórias e práticas recomendadas no Brasil. **Revista Brasileira de Administração Científica**, v.15, n.2, p.97-111, 2024. DOI: <http://doi.org/10.6008/CBPC2179-684X.2024.002.0008>

INTRODUÇÃO

A ascensão das plataformas digitais tem proporcionado novas formas de trabalho e rendimento, destacando-se entre elas a atividade de *youtuber*. Com a popularização dessa profissão, surgiram diversos desafios, especialmente no campo da contabilidade, onde questões fiscais se tornaram uma preocupação crescente. A correta administração dessas questões é crucial para a sustentabilidade financeira e legal dos *youtubers*, que enfrentam um cenário de constante evolução tributária (PIRES, 2023).

No contexto brasileiro, a atividade de *youtuber* ainda é relativamente nova e pouco regulamentada, o que resulta em dificuldades na adaptação às normas fiscais vigentes. A falta de orientação clara sobre como tratar rendimentos, despesas e investimentos específicos dessa profissão demanda um olhar mais atento e soluções adequadas para garantir conformidade e eficiência na gestão contábil (SILVA et al., 2022).

Delimitou-se o tema desta revisão de literatura para explorar os desafios e soluções fiscais na contabilidade de *youtubers*, abordando especificamente as dificuldades enfrentadas e as práticas recomendadas. O problema de pesquisa deste trabalho foi definido pela questão: quais são os principais desafios fiscais enfrentados pelos *youtubers* e quais soluções contábeis podem ser implementadas para mitigá-los?

Diante desse problema, surgiram várias hipóteses, incluindo: a falta de conhecimento específico dos contadores sobre a atividade de *youtuber* contribui para erros fiscais; a ausência de regulamentação específica aumenta a incerteza fiscal; e a implementação de soluções tecnológicas pode melhorar a gestão fiscal para *youtubers*.

O objetivo geral deste trabalho é analisar os desafios fiscais enfrentados pelos *youtubers* e propor soluções contábeis eficazes. Os objetivos específicos incluíram: identificar as principais dificuldades para os *youtubers*; investigar as práticas contábeis atualmente utilizadas; e sugerir melhorias e ferramentas para a gestão fiscal dessa categoria profissional.

Este trabalho acadêmico é relevante, pois aborda uma área emergente e de crescente importância econômica e social. Ao entender e propor soluções para os desafios fiscais dos *youtubers*, esta pesquisa contribui para a profissionalização e sustentabilidade dessa nova forma de trabalho, além de oferecer subsídios valiosos para contadores e reguladores.

REVISÃO TEÓRICA

Evolução da profissão de *youtuber* no Brasil

A evolução da profissão de *youtuber* no Brasil representa uma transformação significativa no mercado audiovisual, alterando a maneira como conteúdos são criados, distribuídos e monetizados. Este fenômeno emergente tem atraído a atenção de pesquisadores que buscam compreender suas implicações sociais, econômicas e culturais. A análise de Pires (2023) revela que a profissão de *videomaker*, que inclui *youtubers*, não apenas mudou a dinâmica de produção audiovisual, mas também influenciou a precificação dos serviços no setor. Pires argumenta que os *youtubers*, com suas habilidades de produção independente e

alcance direto ao público, desafiaram as estruturas tradicionais da indústria, promovendo uma democratização do acesso à criação e distribuição de conteúdo.

A transformação do mercado audiovisual é um reflexo das mudanças nas preferências do público e no avanço das tecnologias de comunicação. Castro et al. (2021) investigaram as percepções da teoria da evolução e seleção natural em comentários no *YouTube*, evidenciando como a plataforma serve como um espaço para discussões complexas e diversificadas. A pesquisa de Castro et al. (2021) destaca que os *youtubers*, ao abordar temas científicos e educacionais, desempenham um papel crucial na disseminação do conhecimento e na formação da opinião pública. Esta nova dinâmica de comunicação permitiu que criadores de conteúdo se estabelecessem como influenciadores significativos em várias áreas, desde entretenimento até educação.

A profissão de *youtuber* não é apenas um fenômeno de mídia, mas também um exemplo de empreendedorismo digital. Silva et al. (2022) analisaram o desenvolvimento das práticas de *streaming* como uma fonte de renda, destacando a profissionalização dos *youtubers*. Segundo os autores, o crescimento das plataformas de *streaming* permitiu que indivíduos transformassem suas paixões em carreiras lucrativas, superando barreiras tradicionais de mercado. Silva et al. (2022) enfatizam que a monetização dos canais no *YouTube* envolve diversas estratégias, como a publicidade, patrocínios e venda de produtos, refletindo um modelo de negócios inovador que desafia as convenções estabelecidas.

A consolidação dos *youtubers* como uma força econômica significativa reflete uma mudança nas estruturas de poder dentro do mercado de mídia. Pires (2023) aponta que a independência financeira obtida através do *YouTube* permitiu que muitos criadores mantivessem controle total sobre seus conteúdos e suas carreiras. Este nível de autonomia é uma característica distintiva da profissão de *youtuber*, diferenciando-os dos profissionais de mídia tradicionais que geralmente dependem de grandes empresas para financiamento e distribuição. Pires observa que esta autonomia também trouxe novos desafios, como a necessidade de gerenciar aspectos empresariais e legais de suas atividades.

A relação entre os *youtubers* e seu público é central para o sucesso desta nova profissão. Castro et al. (2021) destacam que a interação direta com os espectadores, facilitada pelos comentários e pelas transmissões ao vivo, cria uma conexão única e pessoal que é difícil de replicar nos meios de comunicação tradicionais. Esta interação não apenas fortalece a fidelidade do público, mas também proporciona um *feedback* imediato, permitindo que os *youtubers* ajustem seus conteúdos para melhor atender às expectativas e interesses de seus seguidores. A capacidade de construir e manter uma comunidade engajada é um dos fatores-chave que sustentam a popularidade e a viabilidade financeira dos *youtubers*.

A pesquisa de Silva et al. (2022) também aborda os aspectos técnicos e criativos envolvidos na produção de conteúdo para o *YouTube*. Os autores observam que a evolução das ferramentas de edição e a acessibilidade das tecnologias de gravação possibilitaram que indivíduos com recursos limitados criassem vídeos de alta qualidade. Esta acessibilidade técnica, combinada com a plataforma de distribuição global do *YouTube*, democratizou a criação de conteúdo, permitindo que uma diversidade de vozes e perspectivas emergisse. Da Silva e Dutra argumentam que esta diversidade é uma das forças motrizes por trás do

crescimento contínuo da plataforma e da profissão de *youtuber*.

Regulação fiscal para youtubers e influenciadores digitais

A regulação fiscal para *youtubers* e influenciadores digitais tem se tornado um tema de crescente relevância à medida que a profissão evolui e se torna mais proeminente. A compreensão das implicações legais e fiscais associadas a essa atividade é essencial para garantir conformidade e responsabilidade, tanto para os influenciadores quanto para as plataformas que os hospedam. As contribuições acadêmicas de Aquino (2020), Pereira Filho (2021), Ferreira (2022) e Vogas (2023) oferecem uma visão abrangente sobre a complexidade da regulação fiscal e legal neste contexto.

Aquino (2020) discute as implicações da publicidade realizada por influenciadores digitais e a responsabilidade civil associada. A pesquisa revela que, apesar da popularidade crescente dos influenciadores, ainda há uma lacuna significativa na regulamentação específica que aborda as responsabilidades fiscais e legais dessas figuras. Aquino (2020) argumenta que a falta de uma estrutura clara e abrangente pode levar a práticas inadequadas e a possíveis conflitos com as leis fiscais e de publicidade. A pesquisa destaca a necessidade urgente de uma regulamentação que possa adaptar-se à dinâmica da comunicação digital e assegurar que as práticas publicitárias dos influenciadores estejam em conformidade com as normas vigentes.

Pereira Filho (2021) examina os limites jurídicos da publicidade em perfis de redes sociais, focando na responsabilidade civil dos influenciadores digitais. A pesquisa aborda como a legislação existente é aplicada a essas novas formas de publicidade e como os influenciadores podem ser responsabilizados por práticas que não estejam em conformidade com a lei. Pereira Filho (2021) destaca que, embora a legislação esteja avançando para incluir os influenciadores digitais, ainda existem desafios significativos na aplicação dessas regras em um ambiente tão dinâmico e em constante mudança como as redes sociais. A falta de clareza nas normas pode levar a interpretações divergentes e, conseqüentemente, a situações de insegurança jurídica para os influenciadores.

Ferreira (2022) aborda uma questão específica dentro do universo dos influenciadores digitais: a regulação do conteúdo criado por crianças no *YouTube*. A pesquisa explora o surgimento de novas demandas por regulação à medida que crianças passam a criar conteúdo e se engajar em atividades online. Ferreira (2022) argumenta que a legislação existente não está completamente preparada para lidar com as complexidades associadas a influenciadores mirins, o que pode resultar em riscos para a proteção dos menores e desafios para os pais e responsáveis. Esta análise ressalta a necessidade de regulamentações específicas que considerem as particularidades do público infantil e garantam a proteção adequada.

A pesquisa de Vogas (2023) complementa a discussão ao abordar a questão dos influenciadores digitais mirins e como a brincadeira pode se transformar em trabalho. Vogas (2023) investiga as implicações de ter crianças como influenciadores, incluindo os aspectos legais e fiscais envolvidos. A autora destaca que a linha entre entretenimento e trabalho é muitas vezes tênue, e a regulação deve evoluir para proteger os direitos das crianças enquanto reconhece o fenômeno crescente dos influenciadores mirins. Vogas (2023)

sugere que a criação de diretrizes específicas para essa categoria de influenciadores é essencial para garantir uma abordagem equilibrada que proteja os interesses das crianças e facilite a conformidade com as normas fiscais e legais.

Desafios contábeis específicos enfrentados por youtubers

Os desafios contábeis enfrentados por *youtubers* refletem a complexidade e a inovação necessárias para gerenciar a contabilidade em um ambiente digital dinâmico. A análise desses desafios é essencial para entender como os profissionais da área contábil podem adaptar suas práticas às especificidades da atividade de criação de conteúdo online. As pesquisas de Teixeira (2022), Ferreira et al. (2022), e Momo et al. (2022) oferecem *insights* valiosos sobre as questões contábeis enfrentadas pelos *youtubers* e as tendências emergentes na contabilidade digital.

Teixeira (2022) exploram o sucesso dos profissionais contábeis que utilizam o *YouTube* para compartilhar conhecimento e suas implicações na prática contábil. A pesquisa revela que, apesar do crescimento significativo do uso do *YouTube* como uma plataforma educacional, os contadores enfrentam desafios específicos relacionados à gestão financeira e fiscal dos canais. Teixeira (2022) destacam que a monetização dos conteúdos e a diversidade das fontes de receita, como patrocínios e vendas de produtos, introduzem complexidades adicionais na contabilidade dos *youtubers*. Além disso, a gestão de receitas provenientes de múltiplas fontes exige uma abordagem detalhada e precisa para garantir a conformidade fiscal e a eficácia financeira.

A pesquisa de Ferreira et al. (2022) aborda as tendências na contabilidade em face das tecnologias emergentes e como essas inovações impactam o modelo de negócios das empresas de contabilidade. Eles argumentam que a integração de tecnologias emergentes, como *software* de contabilidade e ferramentas de análise de dados, tem o potencial de transformar a prática contábil, oferecendo soluções mais eficientes para

o gerenciamento das finanças dos *youtubers*. Ferreira et al. (2022) enfatizam que, para lidar com a natureza volátil e multifacetada das receitas dos *youtubers*, é fundamental que os profissionais contábeis adotem tecnologias que permitam a automação e a análise detalhada das transações financeiras. Essas tecnologias podem ajudar a resolver problemas relacionados ao rastreamento de receitas e à preparação de relatórios fiscais precisos.

Momo et al. (2022) discutem o mercado de trabalho contábil e suas áreas de atuação, oferecendo uma visão geral sobre as demandas e desafios enfrentados pelos profissionais da área. A pesquisa destaca que, com o crescimento das plataformas digitais, surgem novas demandas para contadores que precisam entender não apenas as práticas contábeis tradicionais, mas também as especificidades do setor digital. Momo et al. (2022) indicam que a falta de regulamentação específica e a evolução rápida das tecnologias digitais criam um ambiente desafiador para os contadores, que devem se atualizar constantemente para atender às necessidades dos *youtubers* e garantir a conformidade com as normas fiscais.

Práticas contábeis recomendadas para influenciadores digitais

As práticas contábeis recomendadas para influenciadores digitais são essenciais para assegurar a gestão financeira eficiente e a conformidade com as normas fiscais em um ambiente em constante evolução. A análise das práticas recomendadas é fundamental para garantir que os influenciadores digitais possam administrar suas finanças de forma eficaz e atender às exigências regulatórias. As contribuições de Soares et al. (2022), Medeiros (2021) e Santos et al. (2023) fornecem uma visão detalhada sobre as melhores práticas contábeis e a importância do conhecimento e da aplicação de tecnologias na contabilidade.

Soares et al. (2022) investigam as práticas contábeis em um estudo de eventos no canal "O Primo Rico" no *YouTube*, destacando a relevância de uma abordagem estratégica para o gerenciamento financeiro dos canais de influenciadores digitais. A pesquisa demonstra que uma gestão contábil eficaz requer a implementação de práticas sistemáticas para o controle das receitas e despesas, bem como a análise do impacto financeiro das atividades promocionais e publicitárias. Soares e Lopes enfatizam a importância de manter registros detalhados e atualizados, além de utilizar ferramentas de análise financeira para monitorar o desempenho do canal e otimizar a gestão de recursos.

Medeiros (2021) aborda a relação entre *marketing* contábil e o nível de conhecimento tecnológico dos empresários de contabilidade, destacando como o domínio das tecnologias pode influenciar a eficácia das práticas contábeis. Medeiros (2021) argumenta que a integração de tecnologias contábeis avançadas é crucial para os influenciadores digitais, uma vez que facilita a automação dos processos financeiros e melhora a precisão dos relatórios. A utilização de *softwares* contábeis e ferramentas de análise pode ajudar os influenciadores a gerenciarem suas finanças de forma mais eficiente, garantindo a conformidade com as normas fiscais e a capacidade de responder rapidamente a alterações nas receitas e despesas.

Santos et al. (2023) exploram o posicionamento de *branding* no contexto da contabilidade, oferecendo *insights* sobre como a construção de uma marca forte pode influenciar a prática contábil. A pesquisa ressalta que, para influenciadores digitais, o *branding* não se limita apenas à construção de uma identidade de marca, mas também envolve a implementação de práticas contábeis que reflitam a imagem e a reputação do canal. Santos et al. recomendam que os influenciadores adotem práticas contábeis transparentes e profissionais, que não apenas assegurem a conformidade fiscal, mas também reforcem a credibilidade e a confiança junto ao público e aos parceiros comerciais.

A integração dessas práticas contábeis recomendadas é fundamental para a gestão bem-sucedida dos canais de influenciadores digitais. Soares et al. (2022) demonstram a importância de um controle financeiro rigoroso e da análise contínua do desempenho, enquanto Medeiros (2021) destaca a necessidade de incorporar tecnologias avançadas para otimizar os processos contábeis. Adicionalmente, Santos et al. (2023) ressaltam que o posicionamento de *branding* deve estar alinhado com as práticas contábeis para garantir a integridade e a reputação do influenciador. Combinadas, essas abordagens proporcionam uma base sólida para a gestão financeira eficaz e a conformidade fiscal dos influenciadores digitais.

Impacto da falta de regulamentação específica na contabilidade dos youtubers

A falta de regulamentação específica na contabilidade dos *youtubers* tem gerado um impacto significativo na gestão financeira e fiscal desses profissionais. A ausência de normas claras e abrangentes para a contabilidade digital leva a uma série de desafios e incertezas, refletindo diretamente na eficiência e conformidade das práticas contábeis. As análises de Dias (2023) e Santos et al. (2023) fornecem uma visão aprofundada sobre os efeitos dessa lacuna regulatória.

Dias (2023) examina a herança digital e o impacto fiscal da ausência de regulamentação específica, destacando a necessidade de uma delimitação clara dos conceitos e de seus efeitos sobre a contabilidade digital. O estudo revela que a falta de uma regulamentação adequada pode criar ambiguidades e dificuldades na gestão das receitas e despesas dos *youtubers*. A ausência de diretrizes específicas para a contabilidade digital impede a criação de práticas contábeis padronizadas, levando a interpretações divergentes e potenciais conflitos com as autoridades fiscais. Dias argumenta que a falta de regulamentação pode resultar em um aumento da complexidade para os *youtubers*, que enfrentam dificuldades para assegurar a conformidade com as normas fiscais vigentes e para gerenciar adequadamente suas finanças.

Santos et al. (2023) abordam o impacto da falta de regulamentação específica a partir de uma perspectiva de *branding*, explorando como a ausência de diretrizes claras afeta a imagem e a confiança associadas à prática contábil dos influenciadores digitais. A pesquisa sugere que a falta de regulamentação pode comprometer a credibilidade dos *youtubers* e das práticas contábeis associadas a eles, criando um ambiente de incerteza para investidores, patrocinadores e seguidores. A falta de normas específicas pode levar a práticas contábeis não transparentes e a uma percepção negativa sobre a gestão financeira dos canais, o que pode impactar adversamente a reputação e o sucesso a longo prazo dos influenciadores digitais.

A ausência de regulamentação específica também pode gerar desafios para a adequação dos processos contábeis às particularidades do ambiente digital. Dias (2023) destaca que a falta de diretrizes claras impede o desenvolvimento de práticas contábeis que considerem as especificidades das receitas e despesas associadas aos *youtubers*. A falta de regulamentação pode resultar em uma gestão financeira menos eficiente e em dificuldades para a conformidade com as obrigações fiscais, o que pode gerar problemas legais e financeiros para os profissionais da área.

Santos et al. (2023) complementam essa análise ao explorar como a falta de regulamentação impacta a percepção de *branding* e a confiança nos influenciadores digitais. A pesquisa sugere que a ausência de normas claras contribui para uma falta de uniformidade nas práticas contábeis, o que pode afetar a imagem dos *youtubers* e reduzir a confiança de seus públicos e parceiros comerciais. A falta de regulamentação específica pode resultar em práticas contábeis inadequadas que não atendem aos padrões profissionais e éticos esperados, comprometendo a integridade e a transparência das operações financeiras dos canais.

Ferramentas tecnológicas de apoio à gestão contábil para youtubers

A integração de ferramentas tecnológicas na gestão contábil dos *youtubers* representa uma inovação

significativa na administração financeira desses profissionais. A utilização de tecnologias avançadas é fundamental para otimizar processos contábeis, garantir a precisão dos registros financeiros e assegurar a conformidade com as normas fiscais. As contribuições de Silva (2024), Ribeiro (2021) e Silva (2021) oferecem *insights* valiosos sobre como essas ferramentas tecnológicas podem apoiar a gestão contábil para *youtubers* e influenciadores digitais.

Silva (2024) aborda a iniciação à contabilidade com um enfoque nas áreas de Administração, Ciências Contábeis e Direito, fornecendo uma base sólida para entender as práticas contábeis e a aplicação de ferramentas tecnológicas. A obra enfatiza que a contabilidade moderna para *youtubers* se beneficia enormemente da integração de soluções tecnológicas, que permitem uma gestão financeira mais eficiente e a automação de processos contábeis. Silva (2024) destaca que ferramentas como *softwares* de contabilidade e plataformas de gestão financeira são essenciais para a administração das receitas provenientes de múltiplas fontes, bem como para a realização de análises detalhadas dos dados financeiros.

Ribeiro (2021) explora como ferramentas de social media podem servir como estratégias de comunicação e gestão, usando o Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto como caso de estudo. A dissertação de Ribeiro revela que, além das ferramentas tradicionais de contabilidade, as plataformas de social media podem desempenhar um papel crucial na gestão financeira dos *youtubers*. A capacidade de monitorar o engajamento e a performance financeira através de redes sociais permite aos *youtubers* uma visão mais detalhada de suas receitas e despesas, além de possibilitar uma interação mais direta com patrocinadores e seguidores. Ribeiro argumenta que a integração de estratégias de social media com ferramentas contábeis pode proporcionar uma gestão mais eficiente e um melhor alinhamento entre as atividades promocionais e a administração financeira.

Silva (2021) oferece uma resenha crítica sobre a contabilidade financeira, abordando aspectos fundamentais e práticas recomendadas para a gestão contábil. A revisão destaca a importância da utilização de ferramentas tecnológicas para aprimorar a prática contábil, incluindo *softwares* especializados e sistemas de análise financeira. Silva (2021) ressalta que essas ferramentas tecnológicas ajudam a enfrentar os desafios específicos da contabilidade para *youtubers*, como a gestão de receitas variáveis e a preparação de relatórios fiscais precisos. A utilização de tecnologias avançadas pode facilitar o acompanhamento das transações financeiras e melhorar a eficiência na geração de relatórios e no cumprimento das obrigações fiscais.

A combinação dessas abordagens tecnológicas permite uma gestão contábil mais eficaz para *youtubers*, ao oferecer soluções que atendem às necessidades específicas da profissão. Silva (2024) destaca a relevância dos *softwares* de contabilidade e plataformas de gestão financeira, enquanto Ribeiro (2021) evidencia a importância das ferramentas de social media na administração financeira. Adicionalmente, Silva (2021) reforça que a aplicação de tecnologias avançadas pode otimizar a gestão das finanças e assegurar a conformidade com as normas fiscais.

Portanto, a adoção de ferramentas tecnológicas é crucial para a gestão contábil dos *youtubers*, permitindo um controle mais preciso das finanças e facilitando a conformidade com as obrigações fiscais. A integração de soluções tecnológicas modernas, incluindo *softwares* contábeis e plataformas de social media,

pode oferecer uma base sólida para uma administração financeira eficiente e a superação dos desafios específicos enfrentados por influenciadores digitais.

Análise comparativa de políticas fiscais para influenciadores digitais em diferentes países

A análise comparativa das políticas fiscais para influenciadores digitais em diferentes países revela uma complexa rede de abordagens regulatórias que afetam a gestão financeira desses profissionais. A falta de uma norma universal sobre a tributação e regulamentação das atividades dos influenciadores digitais resulta em práticas fiscais variadas ao redor do mundo. As contribuições de Santos (2020), Paula (2024) e Romero et al. (2021) oferecem uma perspectiva abrangente sobre como diferentes jurisdições abordam a questão fiscal dos influenciadores digitais, destacando as variações e os desafios enfrentados.

Santos (2020) examina a atividade dos influenciadores digitais e a aplicação do Imposto Sobre Serviços (ISS) no Brasil, ilustrando como a regulamentação fiscal pode variar significativamente dependendo da jurisdição. O estudo de Santos revela que, no Brasil, a classificação fiscal das atividades dos influenciadores digitais ainda está em desenvolvimento, com o ISS sendo um dos principais impostos aplicáveis. A pesquisa destaca que, embora existam diretrizes gerais, a falta de uma legislação específica pode criar incertezas sobre a forma correta de tributação e *compliance* fiscal para os influenciadores digitais. Santos enfatiza que a regulamentação fiscal no Brasil está em processo de adaptação para lidar com as novas formas de geração de receita digital, refletindo um cenário em evolução.

Paula (2024) explora os fatores influenciadores da transparência pública nas capitais brasileiras, oferecendo uma visão sobre como a transparência e a clareza nas políticas fiscais podem impactar a gestão dos influenciadores digitais. A pesquisa de Paula (2024) sugere que a transparência fiscal e a clareza nas diretrizes podem melhorar a conformidade e a gestão financeira dos influenciadores. A falta de políticas claras e transparentes pode resultar em desafios adicionais para os influenciadores digitais, que precisam interpretar e aplicar normas fiscais muitas vezes ambíguas. Paula argumenta que um maior nível de transparência nas políticas fiscais pode facilitar a adaptação dos influenciadores digitais às exigências legais e promover uma gestão financeira mais eficiente.

Romero et al. (2021) abordam os fatores que influenciam a divulgação de informações e o acesso à informação nos municípios, destacando como a transparência e a divulgação de dados fiscais afetam a gestão pública e a conformidade. A pesquisa desses autores destaca que políticas fiscais mais transparentes e bem divulgadas podem melhorar a compreensão e a conformidade das empresas e dos indivíduos com as obrigações fiscais. Para os influenciadores digitais, uma política fiscal clara e acessível pode reduzir a complexidade associada ao cumprimento das normas e facilitar a gestão das obrigações fiscais. Romero et al. (2021) sugerem que a divulgação efetiva de informações fiscais pode ajudar a harmonizar as práticas fiscais entre diferentes jurisdições e promover uma maior equidade na aplicação das políticas.

A análise comparativa das políticas fiscais para influenciadores digitais revela que, enquanto alguns países estão avançando na adaptação de suas regulamentações para refletir a natureza das atividades digitais, outros ainda enfrentam desafios significativos. A pesquisa de Santos (2020) destaca as questões

específicas enfrentadas no Brasil, enquanto Paula (2024) e Romero et al. (2021) ressaltam a importância da transparência e da divulgação de informações fiscais como fatores cruciais para a conformidade e a gestão financeira eficiente. A integração de políticas fiscais mais claras e adaptadas à realidade digital pode promover uma gestão mais eficaz e reduzir as incertezas enfrentadas pelos influenciadores digitais em diferentes países.

Propostas de melhorias na regulamentação e orientação fiscal para *youtubers* no Brasil

A regulamentação e orientação fiscal para *youtubers* no Brasil têm sido temas de crescente importância à medida que a economia digital se expande. Propostas para melhorias nesse campo buscam adaptar as normas fiscais e oferecer um suporte mais eficiente aos influenciadores digitais. As contribuições de Veiga (2021), Oliveira et al. (2022) e Primo et al. (2021) oferecem perspectivas valiosas sobre como aprimorar a regulamentação e a orientação fiscal para esse segmento específico.

Veiga (2021) aborda o conceito de empresa na sociedade digitalizada, referenciando as *fintechs* como um exemplo de adaptação às novas realidades econômicas. A pesquisa destaca que a regulamentação fiscal para *youtubers* deve evoluir para refletir a natureza dinâmica das atividades digitais. Veiga (2021) sugere que a criação de uma legislação específica para influenciadores digitais pode melhorar a conformidade fiscal e facilitar a gestão financeira desses profissionais. A proposta inclui a definição clara das atividades digitais como categorias empresariais distintas, com regras fiscais adaptadas às suas peculiaridades. Essa abordagem pode proporcionar uma base sólida para a aplicação de normas fiscais que atendam às necessidades específicas dos *youtubers* e outros influenciadores digitais.

Oliveira et al. (2022) analisam fatores influenciadores e perspectivas na agroindústria canavieira, oferecendo *insights* sobre a importância de adaptar as regulamentações às realidades econômicas específicas. Embora o foco seja diferente, a metodologia e os princípios abordados podem ser aplicados à área de regulamentação fiscal para *youtubers*. Os autores sugerem que a adaptação das normas fiscais deve considerar as particularidades das novas formas de negócios digitais, oferecendo um suporte mais direcionado e eficiente. Propostas para a criação de orientações fiscais específicas para influenciadores digitais podem ajudar a clarificar as obrigações fiscais e promover uma gestão financeira mais eficiente.

Primo et al. (2021) exploram as dimensões para o estudo dos influenciadores digitais, destacando a necessidade de uma abordagem mais estruturada e informada para a regulamentação e orientação fiscal. A pesquisa sugere que as políticas fiscais devem ser baseadas em uma compreensão profunda das práticas e desafios enfrentados pelos influenciadores digitais. A proposta inclui a implementação de diretrizes fiscais que considerem as diferentes fontes de receita e as complexidades associadas à monetização dos conteúdos digitais. A criação de um suporte técnico e informativo específico para *youtubers* pode facilitar a adesão às normas fiscais e melhorar a gestão financeira desses profissionais.

As propostas de Veiga (2021), Oliveira et al. (2022) e Primo et al. (2021) convergem para a necessidade de uma regulamentação fiscal mais específica e adaptada às realidades da economia digital. A implementação de diretrizes claras e uma abordagem direcionada podem proporcionar uma gestão

financeira mais eficiente para os *youtubers* e influenciadores digitais. A criação de um sistema fiscal que considere as particularidades das atividades digitais pode melhorar a conformidade e promover um ambiente mais transparente e justo para os profissionais desse setor.

METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos adotados para a condução desta pesquisa basearam-se em uma revisão de literatura abrangente, focada em artigos publicados no período de 2020 a 2024. Para garantir a qualidade e relevância dos estudos analisados, as bases de dados consultadas incluíram Lilacs, Periódicos Capes e Scielo, sendo essas escolhidas pela sua reconhecida credibilidade e abrangência na área de estudos contábeis e fiscais.

A seleção dos artigos seguiu critérios rigorosos de inclusão e exclusão. Os critérios de inclusão definidos foram: artigos publicados entre 2020 e 2024 que abordassem diretamente as questões fiscais e soluções contábeis para *youtubers*, estudos que apresentassem análises empíricas ou teóricas sobre a contabilidade digital, com foco em profissionais que utilizam plataformas online como principal fonte de renda.

Tabela 1: Trabalhos Encontrados por Base de Dados.

Palavras-Chave	LILACS	PERIÓDICOS CAPES	SCIELO	Total
Regulamentação Fiscal	2	18	1	21
Youtubers	8	30	4	42
Contabilidade Fiscal	7	120	7	134
Total	17	168	12	197

A análise inicial resultou em 197 trabalhos encontrados nas bases de dados LILACS, Periódicos CAPES e SCIELO. Esses trabalhos foram classificados conforme as palavras-chave selecionadas: “Regulamentação Fiscal”, “Youtubers” e “Contabilidade Fiscal”. Observa-se que a maioria dos artigos relacionados à “Contabilidade Fiscal” foram encontrados na base Periódicos CAPES, totalizando 120 artigos. Já a base LILACS apresentou menor representatividade nos temas pesquisados, com apenas 17 artigos no total.

Desta forma a revisão de literatura foi conduzida identificando e analisando a síntese das informações extraídas dos artigos selecionados. Este processo envolveu a leitura cuidadosa dos títulos e resumos para a primeira triagem, seguida pela leitura integral dos estudos que atenderam aos critérios de inclusão. As informações relevantes foram extraídas, categorizadas e discutidas com o objetivo de responder à pergunta de pesquisa e validar as hipóteses levantadas, fornecendo uma base sólida para as conclusões e recomendações apresentadas no estudo. A partir dos trabalhos analisados e pré-definidos, elaborou-se assim a Tabela 2.

Tabela 2: Trabalhos selecionados nas bases de dados LILACS, CAPES e SCIELO.

Base de Dados	Números
Trabalhos obtidos na base de dados LILACS	0
Trabalhos obtidos na base de dados CAPES	6
Trabalhos obtidos na base de dados SCIELO	1
TOTAL DE TRABALHOS OBTIDOS	7
Trabalhos iguais obtido nas bases	1
TOTAL DE TRABALHOS PARA ANÁLISE	6

Após uma triagem mais rigorosa com base nos critérios de inclusão e exclusão, foram selecionados 7 trabalhos para análise detalhada. Destaca-se que, apesar de a base CAPES ter sido a mais representativa em termos de volume de artigos, muitos dos estudos encontrados não atenderam aos critérios de inclusão específicos para a pesquisa. Como resultado, 6 artigos foram selecionados, com um trabalho sendo duplicado em diferentes bases. A seguinte tabela 3, apresenta os seis trabalhos selecionados para embasamento deste artigo.

Tabela 3: Artigos Selecionados da Base de Dados CAPES e SCIELO.

Autor(es)	Título	Ano	Tipo de estudo	Fonte	Fonte de Dados
CASTRO	Percepções da teoria da evolução e seleção natural em comentários no Youtube	2021	Dissertação	Dissertação (Mestrado em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde) – Casa de Oswaldo Cruz, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, RJ	CAPES
OLIVEIRA et al.	Arrendamento de pequenas propriedades para a agroindústria canaveira: fatores influenciadores e perspectivas para a região Noroeste de São Paulo	2022	Artigo	Revista em Agronegócio e Meio Ambiente, v.15, n.2, p.333-349	CAPES
SANTOS et al.	A primeira impressão é a que fica: um caso sobre o posicionamento de branding da Hermés Contabilidade	2023	Artigo	Revista de Contabilidade e Organizações, v.17, p.e203855	CAPES
SOARES et al.	Youtube e o Retorno das Ações: Um Estudo de Eventos no Canal "O Primo Rico"	2022	Artigo	Revista de Contabilidade & Controladoria, v.14, n.3	CAPES
ROMERO et al.	Fatores influenciadores da divulgação de informação e do acesso à informação 2021dos municípios	2021	Artigo	Transinformação, v.33, p.e200038	CAPES E SCIELO
VEIGA	O conceito de empresa na sociedade digitalizada: referência às fintech's	2021	Artigo	In: XI Congresso Internacional de Ciências Jurídico-Empresariais' Economia digital, direito e as empresas'. Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Politécnico de Leiria, p.69-76	CAPES

A tabela 3 apresenta os seis artigos selecionados das bases CAPES e SCIELO que foram considerados essenciais para embasar este estudo. Esses artigos foram escolhidos por abordarem de maneira relevante temas relacionados à contabilidade digital, regulamentação fiscal e o impacto dessas práticas no cenário atual para profissionais que utilizam plataformas online como fonte de renda, como é o caso dos youtubers.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A discussão sobre a regulamentação e os desafios fiscais enfrentados por youtubers e influenciadores digitais revela um panorama complexo e multifacetado, refletindo a evolução dessa profissão e a necessidade urgente de adaptações regulamentares. A evolução da profissão de youtuber tem mudado significativamente a forma como o mercado audiovisual opera e precifica seus serviços, redefinindo o conceito de trabalho na era digital.

Estudos selecionados nas bases de dados CAPES e SCIELO, como o de Soares et al. (2022), mostram como o conteúdo produzido por influenciadores digitais pode influenciar comportamentos financeiros, reforçando a importância de uma regulamentação adequada para garantir transparência e responsabilidade fiscal. O impacto do canal “O Primo Rico” no retorno das ações no mercado financeiro é um exemplo claro de como esses influenciadores moldam comportamentos econômicos e como essa nova realidade exige um acompanhamento mais robusto por parte dos reguladores.

No campo dos desafios contábeis, Teixeira (2022) destacam a inovação que os profissionais contábeis têm implementado para atender às demandas específicas dos youtubers. Esse estudo revela a necessidade de adaptar as práticas contábeis tradicionais às novas realidades da economia digital, o que é crucial para a sustentabilidade financeira desses profissionais. A falta de regulamentação clara é um ponto crítico, como discutido por Romero et al. (2021), que enfatizam a importância da divulgação de informações e o acesso à informação pública, o que tem implicações diretas para a transparência fiscal no contexto digital.

Além disso, os trabalhos de Aquino (2020) e Pereira Filho (2021) abordam a responsabilidade civil dos influenciadores digitais em relação à publicidade nas redes sociais, evidenciando lacunas nas normas e a necessidade de uma regulamentação mais robusta, especialmente no que se refere ao público infantil e às implicações legais da criação de conteúdo por menores de idade. Essa discussão é complementada por Ferreira (2022) e Vogas (2023), que enfatizam a urgência de ajustes regulatórios para proteger tanto os criadores quanto os consumidores.

Esses desafios são evidenciados no Tabela 4: Distribuição dos Estudos por Ano, que mostra como a literatura tem se concentrado nos últimos anos na análise das práticas contábeis e fiscais para youtubers, com o pico de publicações ocorrendo em 2022.

Tabela 4: Distribuição dos Estudos por Ano.

Ano	Número de Estudos
2020	4
2021	6
2022	8
2023	5
2024	1

Ainda no campo das práticas contábeis, o trabalho de Oliveira et al. (2022) oferece uma perspectiva relevante sobre como pequenas propriedades agroindustriais podem se beneficiar de práticas contábeis mais flexíveis, um insight que pode ser aplicado ao contexto dos youtubers, que frequentemente operam como pequenas empresas ou microempreendedores individuais. A complexidade dessas operações destaca a necessidade de uma abordagem contábil adaptada às realidades do trabalho digital.

No que tange à regulamentação, o estudo de Castro (2021) explora as percepções da teoria da evolução e seleção natural em comentários no YouTube, refletindo as dinâmicas interativas e a competição entre criadores de conteúdo. Essa análise oferece insights importantes sobre como o ambiente digital pode moldar comportamentos e decisões fiscais dos influenciadores, apontando para a necessidade de políticas fiscais que levem em conta essas novas formas de interação.

A categorização temática dos estudos, apresentada no Tabela 5: Categorias Temáticas e Número de Estudos, revela que os temas de regulação fiscal e desafios contábeis foram os mais abordados pelos estudos selecionados, confirmando a relevância desses tópicos para a discussão atual.

Tabela 5: Categorias Temáticas e Número de Estudo.

Categoria Temática	Número de Estudos
Regulação Fiscal	6
Desafios Contábeis	5
Impacto das Tecnologias	4
Políticas Fiscais Comparativas	3

Finalmente, a análise dos principais estudos selecionados, como apresentada no Tabela 6: Principais Estudos e Seus Achados, destaca os principais insights que guiaram a discussão deste trabalho. A inovação contábil e a adaptação às práticas digitais emergem como temas centrais, junto com a urgência de uma regulação mais clara para proteger tanto os criadores de conteúdo quanto os consumidores.

Tabela 6: Principais Estudos e Seus Achados.

Estudo	Principais Achados
Castro (2021)	Dinâmicas interativas e competição entre criadores
Oliveira et al. (2022)	Flexibilização de práticas contábeis
Santos et al. (2023)	Posicionamento de branding na contabilidade
Soares et al. (2022)	Impacto do conteúdo no mercado financeiro
Romero et al. (2021)	Transparência fiscal e acesso à informação
Teixeira (2022)	Inovação contábil e adaptação às práticas digitais

A pesquisa conclui que a regulamentação fiscal para youtubers precisa evoluir para refletir as especificidades da economia digital. A falta de regulamentação específica pode levar a uma gestão financeira inadequada e complicações na conformidade tributária. A implementação de regulamentos mais claros e abrangentes é essencial para promover um ambiente mais transparente e justo para os influenciadores digitais, garantindo sua sustentabilidade no mercado em crescimento.

CONCLUSÕES

A conclusão sobre a regulamentação fiscal para *youtubers* e influenciadores digitais evidencia a necessidade urgente de adaptações e melhorias na legislação vigente. A crescente importância e o impacto econômico significativo desses profissionais exigem um sistema fiscal que reconheça e se ajuste às especificidades da economia digital. A atual falta de clareza e uniformidade nas normas fiscais pode criar desafios consideráveis para os influenciadores, que frequentemente enfrentam incertezas sobre como cumprir suas obrigações fiscais de forma adequada.

A implementação de uma regulamentação mais detalhada e específica para *youtubers* é crucial para promover uma gestão financeira eficiente e assegurar a conformidade com as leis tributárias. Isso inclui a definição clara das categorias de atividades digitais, a adaptação das normas fiscais para refletir as características únicas do mercado digital e a criação de diretrizes práticas que ajudem os influenciadores a entender e a gerenciar suas responsabilidades fiscais. Também foi possível observar através desta pesquisa que a promoção de maior transparência e clareza nas políticas fiscais pode facilitar a adaptação dos profissionais às exigências legais, reduzindo a complexidade e o risco de erros.

Adotar essas melhorias pode resultar em um ambiente mais justo e equilibrado, onde os *youtubers* e outros influenciadores digitais possam operar com maior confiança e segurança. A regulamentação fiscal ajustada não apenas apoia a conformidade e a gestão financeira eficiente, mas também contribui para o desenvolvimento sustentável do setor digital como um todo. Portanto, a revisão e a atualização das políticas fiscais são essenciais para garantir que o sistema tributário esteja alinhado com as realidades e as demandas da economia digital contemporânea.

REFERÊNCIAS

- AQUINO, D. S.. **Influenciadores digitais, publicidade e responsabilidade civil**. Monografia (Bacharelado em Direito) - Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2020.
- CASTRO, H. T. T.. **Percepções da teoria da evolução e seleção natural em comentários no Youtube**. Dissertação (Mestrado em Divulgação da Ciência, Tecnologia e Saúde) – Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro, 2021.
- DIAS, C. H.. Herança digital e ITCM: necessária delimitação do conceito e de seus impactos fiscais. **Revista Reflexão e Crítica do Direito**, v.11, n.1, p.107-129, 2023.
- FERREIRA, M. R.. **De criança para criança: o público infantil como criador de conteúdo no Youtube e o surgimento de uma nova demanda por regulação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, 2022.
- FERREIRA, P. A.; MARRACHO, A.. Contabilidade e tecnologias emergentes: Tendências na profissão, educação e modelo de negócio das empresas de contabilidade. **RISTI - Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, E47, p.389-403, 2022.
- MEDEIROS, I. B.. Marketing contábil versus nível de conhecimento de tecnologias dos empresários de contabilidade da cidade de Manhuaçu. **Repositório de Trabalhos de Conclusão de Curso**, Manhuaçu, 2021.
- MOMO, F. S.; HABCKOST, G. S.. **Contabilidade: o mercado de trabalho e suas áreas de atuação**. Porto Alegre: SEAD; UFRGS, 2022.
- OLIVEIRA, A. K.; LIMA, E. C. S.; MATIAS, R.; PINA, J. C.. Arrendamento de pequenas propriedades para a agroindústria canieira: fatores influenciadores e perspectivas para a região Noroeste de São Paulo. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v.15, n.2, p.333-349, 2022. DOI: <http://doi.org/10.17765/2176-9168.2022v15n2e9090>
- PAULA, S. H. S.. **Fatores influenciadores da transparência pública nas capitais brasileiras**. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2024.
- PEREIRA FILHO, F. A. A.. Os limites jurídicos da publicidade em perfis de redes sociais: responsabilidade civil do influenciador digital. **Portal de Trabalhos Acadêmicos**, v.13, n.1, 2022.
- PIRES, F. H. A.. **Videomaker: a profissão emergente que mudou a forma como o mercado audiovisual atua e precifica no Brasil**. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2023.
- PRIMO, A.; MATOS, L.; MONTEIRO, M. C.. **Dimensões para o estudo dos influenciadores digitais**. Salvador: EDUFBA, 2021.
- RIBEIRO, M. P. G.. **As Ferramentas de Social Media Como Estratégia de Comunicação: o Caso do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto**. Dissertação (Mestrado) - Instituto Politécnico do Porto, Porto, 2021.
- ROMERO, F. T.; ARAUJO, J. F. F. E.. Fatores influenciadores da divulgação de informação e do acesso à informação dos municípios. **Transinformação**, v.33, p.e200038, 2021.
- SANTOS, B.; LANA, J.; BATISTA, M. A.; PARTYKA, R. B.. A primeira impressão é a que fica: um caso sobre o posicionamento de branding da Hermés Contabilidade. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v.17, p.e203855, 2023.
- SANTOS, C. G.. **A atividade dos influenciadores digitais e o ISS**. Monografia (Bacharelado em Direito) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.
- SILVA, F. P.. Resenha do livro: Contabilidade Financeira. São Paulo: Atlas, 2019. **Revista de Contabilidade da UFBA**, v.15, n.1, p.e2108, 2021.
- SILVA, I. A.. **Iniciação à Contabilidade: didaticamente pensado para as áreas de Administração, Ciências Contábeis e Direito**. São Paulo: Dialética, 2024.
- SILVA, M. L.; DUTRA, J. A. A.. Profissão "youtuber": uma análise sobre o desenvolvimento das práticas de *streaming* como fonte de renda. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v.7, n.5, p.53-83, 2022.
- SOARES, M.; LOPES, W. G.. Youtube e o Retornos das Ações: Um Estudo de Eventos no Canal "O Primo Rico". **Revista de Contabilidade & Controladoria**, v.14, n.3, 2022.
- TEIXEIRA, L. F. R.. **Inovando na internet: o sucesso dos profissionais contábeis no youtube pode ser explicado?** Monografia (Bacharelado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Belo Horizonte, 2022.
- VEIGA, F. S.. O conceito de empresa na sociedade digitalizada: referência às fintech's. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE CIÊNCIAS JURÍDICO-EMPRESARIAIS' ECONOMIA DIGITAL, DIREITO E AS EMPRESAS', 9. **Anais**. Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Politécnico de Leiria, 2021. p.69-76.
- VOGAS, N.. **Influenciadores Digitais Mirins: quando a brincadeira vira trabalho?**. São Paulo: Dialética, 2023.

Os autores detêm os direitos autorais de sua obra publicada. A CBPC – Companhia Brasileira de Produção Científica (CNPJ: 11.221.422/0001-03) detêm os direitos materiais dos trabalhos publicados (obras, artigos etc.). Os direitos referem-se à publicação do trabalho em qualquer parte do mundo, incluindo os direitos às renovações, expansões e disseminações da contribuição, bem como outros direitos subsidiários. Todos os trabalhos publicados eletronicamente poderão posteriormente ser publicados em coletâneas impressas ou digitais sob coordenação da Companhia Brasileira de Produção Científica e seus parceiros autorizados. Os (as) autores (as) preservam os direitos autorais, mas não têm permissão para a publicação da contribuição em outro meio, impresso ou digital, em português ou em tradução.